

<https://www.kommersant.ru/doc/5843061>

Книжный рынок

28.02.2023, 00:50

Бумага сворачивается

У журналов и газет падают тиражи

В 2022 году в России вышло на 10% меньше экземпляров газет и на 3,4% меньше журнальных номеров, подсчитали в Российской книжной палате. Участники рынка связывают динамику с уходом ряда изданий по экономическим и политическим причинам. Издатели отмечают, что в 2023 году на рынок будут влиять проблемы с распространением, сокращение рекламных бюджетов и возможный рост стоимости печати, но спрос читателей остается стабильным.

“Ъ” ознакомился с данными Российской книжной палаты по выпуску печатных изданий. Из них следует, что общий годовой тираж газет в РФ (количество экземпляров, выпущенных всеми действующими изданиями) составил более 3,94 млрд экземпляров, что на 9% меньше, чем в 2021 году (почти 4,32 млрд экземпляров). Годом ранее наблюдалось падение на 6%. Средний разовый тираж одной газеты сократился на 10%, до 14,7 тыс. экземпляров (в 2021 году показатель снизился на 7%).

Число газетных изданий в целом сократилось почти на 5,5%, до 7,3 тыс.

Тиражи журналов также падали, в 2022 году количество номеров снизилось на 3,47%, до 41,7 тыс., хотя годом ранее наблюдался рост на 6,3%. Число журнальных изданий сократилось на 1,6%, до 6,2 тыс.

Статистика основана на подсчете обязательных экземпляров номеров печатных изданий, зарегистрированных в Российской государственной библиотеке с 1 января по 31 декабря.

Президент Союза предприятий печатной индустрии (СПИИ ГИПП) и гендиректор холдинга «ИМ-Медиа» («Тайны звезд», «Оракул», «Тещин язык» и др.) Алексей Иванов называет основным фактором падения тиражей газет уход с рынка ряда крупных участников, а журналов — отзыв иностранных лицензий (например, Conde Nast, выпускающий Vogue, GQ, Glamour и Tatler, прекратил издательскую деятельность в РФ): «Те участники рынка, которые остались, значительно не

сокращали тиражи. Более того, был рост — например, в сегменте общественно-политических изданий, сканвордов, журналах прикладного характера».

На доходы журналов повлиял уход иностранных рекламодателей, в частности, автоконцернов, отмечает руководитель объединенной редакции медиахолдинга РБК Петр Канаев.

Стратегией многих российских компаний, добавляет он, стало развитие в digital-среде, что «не улучшает ситуацию для газет и журналов». При этом растут расходы. Так, печать, по словам Алексея Иванова, подорожала на 30%. Рост цен на бумагу составил 20–25%, уточнил Петр Канаев. «Некоторое падение показателей в ритейле вследствие роста цен удавалось компенсировать подпиской и ростом продаж в e-commerce», — отмечает гендиректор ИД «Лев» (журналы «Майнкрафт», «Лунтик», «Холодное сердце», «Смешарики» и др.) Лев Елин, подчеркивая, что издательство не сокращало тиражи.

Россияне зачитались новостями

Проблемы возникают и со сбытом: тренд на снижение количества киосков прессы и перенос их на менее проходные места, а также сокращение ассортимента прессы в ритейле наблюдается несколько лет, отмечает гендиректор ИД «Аргументы и факты» Руслан Новиков: «Специально мы тиражи не сокращаем. Это происходит по естественным причинам». Коммерческий директор «Прайм Принт» (печатает газеты) Андрей Малахов считает, что для газет основной проблемой в 2022 году стало именно снижение распространения. Также он говорит о «непростой геополитической ситуации, возросшей конкуренции в интернете и проблемах с рекламодателями».

Те же процессы будут влиять на рынок в 2023 году, полагает Руслан Новиков. «Основной фактор — геополитическая ситуация. Пока не наступит полной ясности, любой прогноз будет неверным», — добавляет Андрей Малахов. Если в 2022 году рост себестоимости не влиял на тиражи, снижая маржинальность издателей, то в 2023 году он может стать реальной угрозой и для продаж, допускает Алексей Иванов: «Придется повышать цены, а это повлияет на спрос». Однако он скорее рассчитывает на стабильность тиражей и продаж, полагая, что «печатная пресса востребована, а все, кто хотел, уже ушли».

<https://adindex.ru/news/tendencies/2024/03/19/321141.phtml>

19 Марта 2024 | 12:46 Тираж газет в России сокращается десятый год подряд. Общий тираж журналов также упал по итогам 2023 года. Общий годовой тираж газет в России (количество экземпляров, выпущенных всеми действующими изданиями) составил около 3,5 млрд экземпляров, что на 11,5% меньше, чем в 2022 г. (тогда было 3,9 млрд). Годом ранее падение составляло 9%, следует из данных Российской книжной палаты по выпуску печатных изданий. Последний рост тиража газет в России был в 2013 г. Тогда показатель достигал 9,5 млрд экземпляров. Средний разовый тираж одной газеты сократился на 12% — до 12,9 тыс. экземпляров. В 2022 г. этот показатель снизился на 10%. Число газетных изданий в целом упало на 5% — до 6,6 тыс. Тиражи журналов по итогам 2023 г. стали меньше почти на 9% — до 38 тыс. Годом ранее показатель уменьшился на 3% — до 41,7 тыс. А в 2021 г. наблюдался рост на 6,3%. Число журнальных изданий в 2023 г. упало на 4% и достигло 5,9 тыс. Количество экземпляров, выпущенных всеми действующими изданиями, в 2023 г. составило 4 млрд, что на 2% меньше, чем в 2022 г. В 2022 г. падение составило 20%. В топ издательств, выпустивших наибольшее количество неперIODических изданий, вошли АСТ, «Эксмо» и «Просвещение». По данным NRS Mediascope, аудитория печатной прессы наиболее обширна в малых городах и селах России по сравнению с крупными и средними населенными пунктами. Общая совокупная аудитория одного газетного номера составляла 16,5 млн человек с декабря 2022 по апрель 2023 г. Ранее сообщалось, что крупнейшие издатели журналов в России отчитались о своих убытках за период 2022 г. Падение доходов было обусловлено уходом рекламодателей и ребрендингом.

Подробнее на AdIndex: <https://adindex.ru/news/tendencies/2024/03/19/321141.phtml>

<https://adindex.ru/news/tendencies/2023/06/26/313478.phtml>

26 Июня 2023 | 10:04 Печатные выпуски газет и журналов наиболее востребованы в малых городах Аудитория печатной прессы наиболее обширна в малых городах и селах России по сравнению с крупными и средними населенными пунктами, пишут «Ведомости» со ссылкой на исследование NRS Mediascope. Охват прессой россиян старше 16 лет оказался 61% против 57% в крупных городах. Высокий спрос связан с тем, что в малых населенных пунктах не везде работает интернет, поясняет изданию бренд-директор «Антенна-телесемь», корпоративный директор по распространению Shkulev Media Holding Алексей Абросимов. Также влияет тот факт, что в малых городах проживает больше людей от 50 лет, а они «являются основной аудиторией печатной прессы в России», добавляет директор Института современных медиа Кирилл Танаев. Общая совокупная аудитория одного газетного номера составляла 16,5 млн человек с декабря 2022 по апрель 2023 г. Это суммарный показатель по всем изданиям за вычетом пересечений. В генеральную совокупность впервые были включены россияне старше 16 лет. Годом ранее они не учитывались. Тогда аудитория одного газетного номера составила 8,9 млн человек. Лидерами среди газет по размеру средней аудитории одного номера стали «Аргументы и факты» (6,4 млн человек), «Телепрограмма» (4,2 млн человек) и «Комсомольская правда» (3,4 млн человек). Среди журналов это «Антенна-телесемь» (5,4 млн человек), «Вокруг света» (5 млн человек) и «Тещин язык» (4,5 млн человек). Аудитория одного выпуска почти всех этих газет и журналов в крупных городах уменьшилась. Увеличить аудиторию смог только журнал «Вокруг света» в декабре 2022 — апреле 2023 г. к декабрю 2019 — апрелю 2020 г. на 2,7%. Большинство читателей прессы в России (67%) — это люди со средним образованием. Треть всех читающих — пенсионеры, больше половины (54%) работают. Почти половина (45%) живут на средний доход, у каждого третьего он низкий, только 10% читателей прессы назвали свои заработки высокими.

Подробнее на AdIndex: <https://adindex.ru/news/tendencies/2023/06/26/313478.phtml>

<https://adindex.ru/news/marketing/2023/05/2/312397.phtml>

02 Мая 2023 | 10:03 Издатели журналов в России понесли убытки на фоне сокращения рекламы Крупнейшие издатели журналов в России отчитались о своих убытках за период 2022 г., сообщает РБК со ссылкой на их отчеты. Падение доходов было обусловлено уходом рекламодателей и ребрендингом. Холдинг Independent Media лишился лицензии американской корпорации Hearst в 2022 г. Это привело к ребрендингу большинства изданий. ООО «Премиум паблишинг» (издает и распространяет основную часть журналов холдинга) сообщило о сокращении выручки на 55% (с 437,8 млн до 196 млн руб.). Однако убыток сократился с 17 млн до 12 млн руб. по сравнению с 2021 г. Выручка ООО «Фэшн пресс» (занимается преимущественно рекламой) уменьшилась на 47% (с 1,5 млрд до 817 млн руб.). Убыток достиг 143 млн руб. против прибыли 206 млн руб. в 2021 г. Холдинг Shkulev Media был вынужден закрыть журнал Elle после ухода корпорации Hearst. Выручка основного юрлица компании — ООО «Шкулев медиа холдинг» — уменьшилась только на 11% по итогам 2022 г. Она сократилась с 2,2 млрд до 1,9 млрд руб. Убыток составил 48 млн руб., при этом в 2021 г. компания получила прибыль 66,5 млн руб. На рекламу в журналах приходится только 10% выручки — 165,8 млн руб. Остальные части разделены между реализацией журналов (34%) и интернет-сегментом (29%). Издатель Vogue, GQ, GQ Style, Tatler, AD, Glamour и Glamour Style Book, компания Conde Nast, полностью прекратила свою деятельность после отзыва международной лицензии. Теперь компания не ведет какую-либо деятельность в России. Итогом стала выручка 278,8 млн руб., убыток — 694 млн руб. При этом в 2021 г. Conde Nast заработала 249,1 млн руб. Единственным журналом, который сохранил право выходить по американской лицензии, является Forbes. Тем не менее он несколько месяцев обходился без баннерной рекламы на сайте, печатная версия не печаталась почти полгода. Это привело к сокращению выручки на 50% (до 436,6 млн руб.). Убыток достиг 104,4 млн руб. против прибыли 17,9 млн руб. в 2021 г.

Подробнее на AdIndex: <https://adindex.ru/news/marketing/2023/05/2/312397.phtml>

<https://www.vedomosti.ru/media/articles/2024/02/19/1020946-v-rossii-vzleteli-tirazhi-duhovno-prosvetitelских-zhurnalov>

19 февраля, 00:35 / Общество

В России взлетели тиражи духовно-просветительских журналов

А выпуск гендерных и молодежных изданий резко сократился

Дмитрий Игнатьев

Екатерина Гробман

Евгений Разумный / Ведомости

Общий годовой тираж духовно-просветительских журналов (издания о вере и религии) в России в 2023 г. вырос более чем в 4 раза к 2022 г. до 4,6 млн экземпляров, следует из данных Российской книжной палаты (РКП). В 2022 г. аналогичный показатель составил 1,1 млн экземпляров. Количество наименований духовно-просветительских журналов при этом осталось практически неизменным: в 2023 г. в стране выпускалось 75 таких изданий, в 2022 г. – 77. Данные о тиражах журналов РКП основываются на сведениях об их зарегистрированных обязательных экземплярах.

Совокупный тираж журналов в 2023 г., по данным РКП, наоборот, снизился к 2022 г. на 11,1% до 540 млн экземпляров. Большое падение показали гендерные издания – для женщин (на 24% до 24,6 млн экземпляров) и мужчин (на 54% до 570 000 экземпляров). В первом случае количество наименований изданий сократилось на 25,5% до 35, во втором – на 71,4% до двух. Так же существенно упали тиражи молодежных журналов – на 80,3% до 428 200 экземпляров. Количество их наименований снизилось на 19% до 18.

Снижение тиражей гендерных журналов связано в том числе с уходом из России зарубежного глянца и переводом части изданий только в онлайн-формат, пояснил президент Союза предприятий печатной индустрии Гильдии издателей периодической печати (СППИ ГИПП) Алексей Иванов. Зарубежные издатели отзывали в 2022 г. лицензии на выпуск популярных журналов в России, среди них Elle и Elle Girl, «Домашний очаг» (лицензии на их издание принадлежат медиагруппе Hearst), Vogue, GQ, Tatler (принадлежат Conde Nast) и др. В 2022–2023 гг. издательский холдинг Shkulev Media, например, отказался от выпуска печатных версий женского журнала theGirl (бывший Elle Girl) и мужского Maxim, на текущий момент они доступны только в онлайн-формате.

Премьера новой экранизации «Мастера и Маргариты» подстегнула продажи романа

Медиа

Рынок дистрибуции прессы в экземплярах сокращается с 2010 г., следует из данных СППИ ГИПП. В 2022 г. он, согласно оценке СППИ ГИПП, упал к 2021 г. на 37,5% до 500 млн экземпляров. В деньгах за тот же период рынок дистрибуции прессы показал снижение на 22% до 32 млрд руб. Данные по 2023 г. пока не были представлены.

Новые виды религиозной периодики и литературы сейчас появляются в православных магазинах в связи с ситуацией в стране, говорит первый вице-президент Центра политических технологий, специалист по истории Русской православной церкви (РПЦ) Алексей Макаркин. Например, по его словам, расширяется ассортимент книг и журналов, посвященных защитникам России всех времен, в том числе периода спецоперации. В церквях, как говорит Макаркин, обычно лежит журнал Московской патриархии.

Но предложение духовно-просветительской прессы сейчас опережает спрос – увеличение ее тиражей не ведет к росту религиозности, уверен эксперт: «Старшие поколения уже имеют такую литературу, а в среде молодежи растет антиклерикализм».

Увеличение интереса к религиозной периодике и литературе не коррелирует с количеством верующих – изменения их числа социологи не фиксируют, подтверждают ведущий аналитик фонда «Общественное мнение» Григорий Кертман и социолог Денис Волков.

«Хотя в вопросах о религиозных практиках роста мы не видим, для кризисных времен характерен запрос на экстрасенсов, на психологические и религиозные вещи. Это один из способов справляться со стрессом», – объяснил Волков.

«Ведомости» направили запрос в РПЦ.

Magazine Companies Statistics

March 29, 2023 by Dean Talbot

As of 2022, the highest average circulating US magazines in North America were AARP The Magazine (22.68 million) and AARP The Bulletin (22.56 million).

People magazine had an average circulation of 2.57 million as of 2022.

Its average audience reach was 84.56 million for the year.

83.93% (21.46 million) of National Geographic's average audience came from print and digital edition users.

64.89% (19.13 million) of US Weekly's average audience came from mobile web users.

11.18% (4.57 million) of Sports Illustrated's average audience came from web desktop or laptop users.

7.00% (2.02 million) of Cosmopolitan's average audience came from video users.

Cosmopolitan's parent company, Hearst Communications, expects group revenue to be around \$12 billion for the year.

As of 2020, there were 4,519 magazine publishers listed in the US.

The number of US magazine publishers has declined by 30.33% since 2012's listing (6,486).

Top US magazine companies

People magazine

As of 2022, People had an average circulation of 2.57 million.

People had an average audience of 84.56 million.

25.44 million on average were through print/digital editions (30.09%).

5.97 million on average were through web visits (7.06%).

47.35 million on average were through mobile web visits (56.00%).

In 2021, People magazine (alongside other publications) was purchased by Dotdash Meredith in a deal worth \$2.7 billion.

In 2006, People paid \$4.1 million for photos of Angelina Jolie and Brad Pitt's newborn child.

The move attracted 26.5 million page views, which was a single day record for the company.

People magazine has over 400 employees as of 2023.

US Weekly

As of 2022, US Weekly had an average circulation of 1.98 million.

US Weekly had an average audience of 29.48 million.

7.00 million on average were through print/digital editions (23.74%).

1.63 million on average were through web visits (5.53%).

19.13 million on average were through mobile web visits (64.89%).

An edition of US Weekly in 2006 featuring Janet Jackson on the cover holds the magazine's record for weekly copies sold (1.4 million).

US Weekly has over 80 employees as of 2023.

TIME

As of 2022, Time had an average circulation of 1.35 million.

Time had an average audience of 25.07 million.

13.52 million on average were through print/digital editions (53.93%).

2.66 million on average were through web visits (10.61%).

8.60 million on average were through mobile web visits (34.30%).

TIME magazine was re-sold to Marc Benioff (co-CEO Salesforce) and his wife in 2018 for \$190 million.

TIME has over 1,700 employees as of 2023.

National Geographic

As of 2022, National Geographic had an average circulation of 1.78 million.

National Geographic had an average audience of 25.57 million.

21.46 million on average were through print/digital editions (83.93%).

1.56 million on average were through web visits (6.10%).

2.55 million on average were through mobile web visits (9.97%).

As of 2021, National Geographic was published across the world through 29 local editions. However, a further 16 local editions had also been discontinued.

National Geographic has over 7,000 employees as of 2023.

Cosmopolitan

As of 2022, Cosmopolitan had an average circulation of 1.53 million.

Cosmopolitan had an average audience of 28.87 million.

10.16 million on average were through print/digital editions (35.19%).

1.53 million on average were through web visits (5.30%).

15.16 million on average were through mobile web visits (52.51%).

Cosmopolitan is the biggest media brand for young women in the world and its magazine is printed in 35 different languages.

Cosmopolitan has over 500 employees as of 2023.

Sports Illustrated

As of 2022, Sports Illustrated had an average circulation of 1.23 million.

Sports Illustrated had an average audience of 40.86 million.

11.35 million on average were through print/digital editions (27.78%).

4.57 million on average were through web visits (11.18%).

23.79 million on average were through mobile web visits (58.22%).

Authentic Brands Group acquired Sports Illustrated for \$110 million in 2019.

Sports Illustrated has over 600 employees as of 2023.

Top magazines by audience type

As of 2022, for the given magazines People had an average North American audience of 84.56 million.

Sports Illustrated had an average audience of 40.86 million.

US Weekly had an average audience of 29.48 million.

Cosmopolitan had an average audience of 28.87 million.

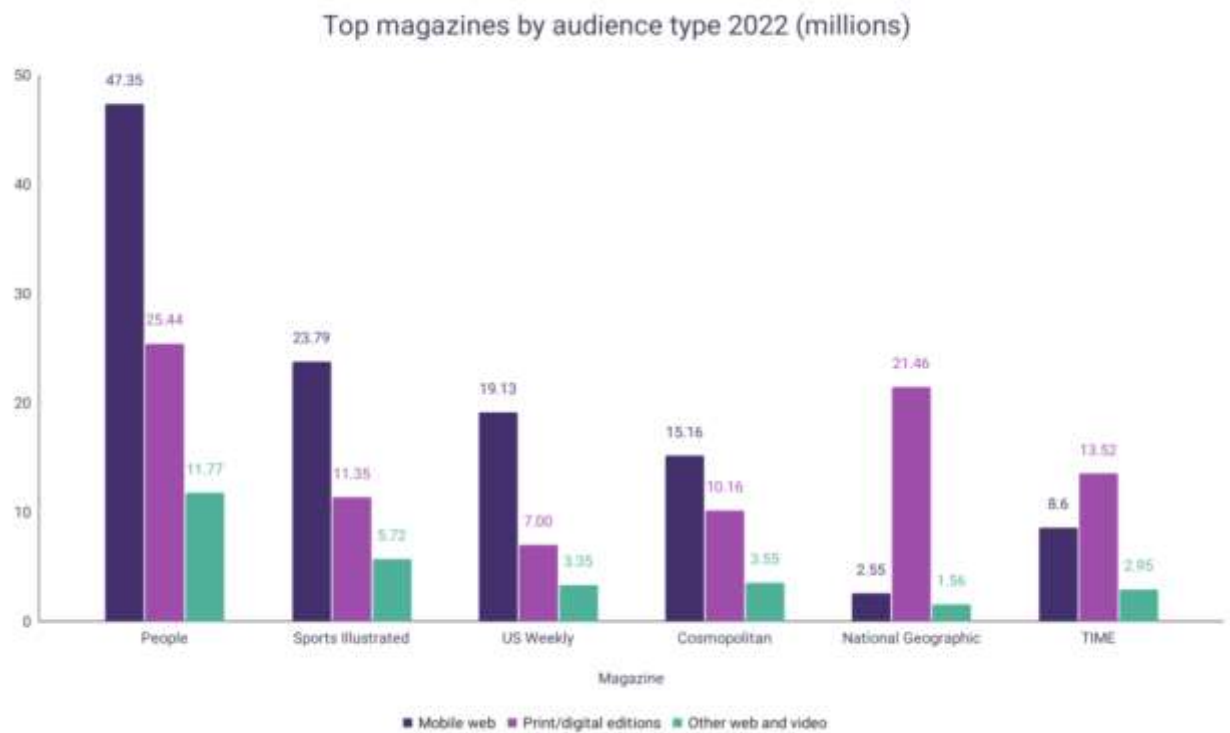
National Geographic had an average audience of 25.57 million.

Time had an average audience of 25.06 million.

Parent company	Magazine	Print/digital	Web	Mobile web	Video	Total
Dotdash Meredith	People	25.44 (30.09%)		5.97 (7.06%)	47.35 (56.00%)	
	5.80 (6.86%)	84.56				
ABG	Sports Illustrated	11.35 (27.78%)	4.57 (11.18%)		23.79 (58.22%)	
	1.15 (2.81%)	40.86				
A360 Media	US Weekly	7.00 (23.74%)	1.63 (5.53%)	19.13 (64.89%)		1.72
	29.48					
Hearst	Cosmopolitan	10.16 (35.19%)	1.53 (5.30%)	15.16 (52.51%)		2.02
	28.87					
NG Media	National Geographic	21.46 (83.93%)		1.56 (6.10%)	2.55 (9.97%)	
	N/A	25.57				
Time USA	TIME	13.52 (53.93%)	2.66 (10.61%)	8.60 (34.30%)		0.29
	25.07					

<https://wordrated.com/magazine-companies-statistics/>

A graph is given below to show top magazines by their audience type during 2022:



Magazine Sales Statistics

March 28, 2023 by Dean Talbot

Global revenue from magazines and newspapers (print and digital) totalled \$165.80 billion as of 2023.

Of this, print revenues made up \$127.20 billion (76.72%). This is expected to drop 13.05% to \$110.60 billion by 2027.

However, digital revenues made up \$38.60 billion (23.28%). This is expected to grow 11.37% to \$42.99 billion by 2027.

Between 2019 and 2022, total audiences for magazine companies have decreased by 38.56%.

Audiences for print/digital formats have decreased by 37.88%.

Audiences for mobile web formats have decreased by 28.33%.

As of 2021, the total number of adults that read magazines was 222.2 million across both print and digital.

This has increased by 5.46% since 2012's 210.7 million readers.

The top 50 US magazines had a total of 123.67 million subscriptions as of 2021.

Of this figure, subscriptions to print made up 94.08%.

US magazine audiences by format

As of 2022, the most popular audience format for US magazines was mobile web (47.72%).

The mobile web format decreased by 3.51% over the previous year.

The second-most popular format was print/digital (42.28%)

The print/digital format decreased by 3.12% over the previous year.

Web and video formats combined made up 10.00%.

Year	Mobile web	Print/Digital	Web	Video	Total
2022	488.69 (47.72%) 1,024.14	433.00 (42.28%)	80.63 (7.87%)	21.82 (2.13%)	
2021	506.46 (44.92%) 1,127.43	446.94 (39.64%)	103.20 (9.15%)	70.83 (6.28%)	
2020	577.83 (40.61%) 1,422.79	540.14 (37.96%)	147.21 (10.35%)	157.61 (11.08%)	
2019	663.33 (39.80%) 1,666.86	697.02 (41.82%)	143.57 (8.61%)	162.94 (9.78%)	

(Q4 YTD averages, figures in millions)

A graph is given below to show US magazine audiences by format:

Highest circulated US magazines

As of 2022, AARP The Magazine (1st) had the highest average circulation at 22.68 million.

Over the period, its circulation has decreased by 6.36%.

AARP Bulletin (2nd) had an average circulation of 22.56 million.

Over the period, its circulation has decreased by 3.55%.

Costco Connection (3rd) had an average circulation of 15.68 million.

#	Publication	2018	2019	2020	2021	2022	Change
1	AARP The Magazine			24.22	23.71	23.30	22.89 22.68 – 6.36%
2	AARP Bulletin		23.39	23.12	22.54	22.57	22.56 – 3.55%
3	Costco Connection	13.07	14.12	14.90	15.89	15.68	+ 19.97%
4	American Mainstreet			9.40	9.33	10.03	10.11 10.11 + 7.55%
5	Better Homes and Gardens				7.63	7.65	7.62 7.61 4.21 – 44.82%

Subscriptions of top 50 US magazines

As of 2021, the top 50 US magazines had a total of 123.67 million subscriptions.

Of this figure, print subscriptions made up 94.08%.

Over the period, print subscriptions decreased by 6.99%.

Digital subscriptions made up 5.92%.

Over the period, digital subscriptions increased by 69.84%.

Year	Print subscriptions	Change	Digital subscriptions	Change
2021	116.35 million	– 3.42%	7.32 million	+ 30.25%
2020	120.47 million	– 3.70%	5.62 million	+ 30.39%
2019	125.10 million		4.31 million	

Magazine sales in Europe

In Western Europe, consumer magazine print circulation revenues decreased from \$17.4 billion (2011) to \$14 billion (2016).

In the UK, nearly a third of adults read print magazines at least once a week as of 2017.

However, only 19% read digital magazines at least once a week.

In terms of UK print magazine revenues, weekly TV magazines made up the largest share at 26.9%.

In Spain, magazine reading penetration has dropped to 22% as of 2021 from over 50% in 2013.

In France, daily average time spent reading magazines per capita dropped from 25 minutes (2010) to 23.8 minutes (2016).

In Germany, between 2013 and 2016 the number of people that stated they read magazines multiple times per week decreased by more than 4 million.

Журнал Компании Статистика

29 марта 2023 г. Дин Тэлбот

По состоянию на 2022 год самыми высокими средними тиражами американских журналов в Северной Америке были AARP The Magazine (22,68 миллиона) и AARP The Bulletin (22,56 миллиона).

По состоянию на 2022 год средний тираж журнала People составлял 2,57 миллиона экземпляров.

Средний охват аудитории за год составил 84,56 миллиона человек.

83,93% (21,46 миллиона) средней аудитории National Geographic составляют пользователи печатных и цифровых изданий.

64,89% (19,13 миллиона) средней аудитории US Weekly составляют пользователи мобильного Интернета.

11,18% (4,57 миллиона) средней аудитории Sports Illustrated приходилось на пользователей настольных компьютеров или ноутбуков.

7,00% (2,02 миллиона) средней аудитории Cosmopolitan составляют пользователи видео.

Hearst Communications, материнская компания Cosmopolitan, ожидает, что выручка группы за год составит около 12 миллиардов долларов.

По состоянию на 2020 год в США числилось 4519 издателей журналов .

Число издателей журналов в США сократилось на 30,33% с момента листинга в 2012 году (6 486).

Ведущие журнальные компании США

Журнал People

По состоянию на 2022 год средний тираж People составлял 2,57 миллиона экземпляров.

Средняя аудитория людей составляла 84,56 миллиона человек.

В среднем 25,44 миллиона человек прошли через печатные/цифровые издания (30,09%).

В среднем 5,97 миллиона человек посетили веб-сайты (7,06%).

В среднем 47,35 миллиона человек посетили сайт с мобильных устройств (56,00%).

В 2021 году журнал People (вместе с другими изданиями) был приобретен Дотдашем Мередит в рамках сделки на сумму 2,7 миллиарда долларов.

В 2006 году журнал People заплатил 4,1 миллиона долларов за фотографии новорожденного ребенка Анджелины Джоли и Брэда Питта.

Этот шаг привлек 26,5 миллионов просмотров страниц, что стало рекордом компании за один день.

По состоянию на 2023 год в журнале People работает более 400 сотрудников .

Еженедельник США

По состоянию на 2022 год средний тираж US Weekly составлял 1,98 миллиона экземпляров.

Средняя аудитория US Weekly составляла 29,48 миллиона человек.

В среднем 7,00 миллиона человек прошли через печатные/цифровые издания (23,74%).

В среднем 1,63 миллиона человек посетили веб-сайт (5,53%).

В среднем 19,13 миллиона человек посетили сайт с мобильных устройств (64,89%).

Выпуск US Weekly за 2006 год с Джанет Джексон на обложке является рекорсменом журнала по количеству проданных еженедельных копий (1,4 миллиона).

По состоянию на 2023 год в US Weekly работает более 80 сотрудников.

ВРЕМЯ

По состоянию на 2022 год средний тираж Time составлял 1,35 миллиона экземпляров.

Средняя аудитория Time составляла 25,07 миллиона человек.

В среднем 13,52 миллиона были через печатные/цифровые издания (53,93%).

В среднем 2,66 миллиона человек посетили веб-сайты (10,61%).

В среднем 8,60 миллиона человек посетили сайт с мобильных устройств (34,30%).

Журнал TIME был перепродан Марку Бениоффу (со-генеральному директору Salesforce) и его жене в 2018 году за 190 миллионов долларов.

По состоянию на 2023 год в TIME работает более 1700 сотрудников.

Национальная география

По состоянию на 2022 год средний тираж National Geographic составлял 1,78 миллиона экземпляров.

Средняя аудитория National Geographic составляла 25,57 миллиона человек.

В среднем 21,46 миллиона человек прошли через печатные/цифровые издания (83,93%).

В среднем 1,56 миллиона человек были посещены веб-сайтами (6,10%).

В среднем 2,55 миллиона человек посетили сайт с мобильных устройств (9,97%).

По состоянию на 2021 год National Geographic публиковался по всему миру в 29 местных изданиях. Однако выпуск еще 16 местных изданий также был прекращен.

По состоянию на 2023 год в National Geographic работает более 7000 сотрудников.

Космополитен

По состоянию на 2022 год средний тираж Cosmopolitan составлял 1,53 миллиона экземпляров.

Средняя аудитория Cosmopolitan составляла 28,87 миллиона человек.

В среднем 10,16 млн прошли через печатные/цифровые издания (35,19%).

В среднем 1,53 миллиона человек были посещены веб-сайтами (5,30%).

В среднем 15,16 миллиона человек посетили сайт с мобильных устройств (52,51%).

Cosmopolitan — крупнейший медиа-бренд для молодых женщин в мире, его журнал издается на 35 разных языках.

По состоянию на 2023 год в Cosmopolitan работает более 500 сотрудников.

Спортивный иллюстрированный

По состоянию на 2022 год средний тираж Sports Illustrated составлял 1,23 миллиона экземпляров.

У Sports Illustrated средняя аудитория составляла 40,86 миллиона человек.

В среднем 11,35 млн прошли через печатные/цифровые издания (27,78%).

В среднем 4,57 миллиона человек посетили веб-сайты (11,18%).

В среднем 23,79 миллиона человек посетили сайт с мобильных устройств (58,22%).

Authentic Brands Group приобрела Sports Illustrated за 110 миллионов долларов в 2019 году.

По состоянию на 2023 год в Sports Illustrated работает более 600 сотрудников.

Лучшие журналы по типу аудитории

По состоянию на 2022 год средняя аудитория этих журналов в Северной Америке составляла 84,56 миллиона человек.

У Sports Illustrated средняя аудитория составляла 40,86 миллиона человек.

Средняя аудитория US Weekly составляла 29,48 миллиона человек.

Средняя аудитория Cosmopolitan составляла 28,87 миллиона человек.

Средняя аудитория National Geographic составляла 25,57 миллиона человек.

Средняя аудитория Time составляла 25,06 миллиона человек.

Материнская компания	Журнал	Печать/цифра	Интернет	Мобильный
Интернет видео	Общий			
Дотдаш Мередит	Люди	25,44 (30,09%)	5,97 (7,06%)	47,35 (56,00%)
5,80 (6,86%)	84,56			
АБГ	Спортивный иллюстрированный	11,35 (27,78%)	4,57 (11,18%)	
23,79 (58,22%)	1,15 (2,81%)	40,86		
А360 Медиа	Еженедельник США	7,00 (23,74%)	1,63 (5,53%)	
19,13 (64,89%)	1,72 (5,83%)	29,48		
Херст	Космополитен	10,16 (35,19%)	1,53 (5,30%)	15,16
(52,51%)	2,02 (7,00%)	28,87		
НГ Медиа	Национальная география	21,46 (83,93%)	1,56 (6,10%)	
2,55 (9,97%)	Н/Д 25,57			
время США ВРЕМЯ		13,52 (53,93%)	2,66 (10,61%)	8,60 (34,30%)

Статистика продаж журналов

28 марта 2023 г. Дин Тэлбот

Глобальный доход от журналов и газет (печатных и цифровых) по состоянию на 2023 год составил 165,80 миллиарда долларов.

Из них доходы от печати составили \$127,20 млрд (76,72%). Ожидается, что к 2027 году этот показатель снизится на 13,05% до \$110,60 млрд.

Однако цифровые доходы составили \$38,60 млрд (23,28%). Ожидается, что к 2027 году этот показатель вырастет на 11,37% до \$42,99 млрд.

В период с 2019 по 2022 год общая аудитория журнальных компаний сократилась на 38,56%.

Аудитория печатных/цифровых форматов сократилась на 37,88%.

Аудитория мобильных веб-форматов сократилась на 28,33%.

По состоянию на 2021 год общее количество взрослых, читающих журналы, как печатные, так и цифровые, составило 222,2 миллиона человек.

Этот показатель увеличился на 5,46% по сравнению с 210,7 миллиона читателей в 2012 году.

По состоянию на 2021 год на 50 крупнейших журналов США было подписано 123,67 миллиона человек.

Из этой цифры подписка на печатную продукцию составила 94,08%.

Аудитория журналов в США по форматам

По состоянию на 2022 год самым популярным форматом аудитории журналов в США был мобильный Интернет (47,72%).

Мобильный веб-формат сократился на 3,51% по сравнению с предыдущим годом.

Вторым по популярности форматом стал печатный/цифровой (42,28%).

Печатный/цифровой формат снизился на 3,12% по сравнению с предыдущим годом.

Веб-форматы и видеоформаты вместе взятые составили 10,00%.

Год	Мобильный Интернет	Печать/Цифровой Интернет	видео	Общий
2022 год	488,69 (47,72%)	433,00 (42,28%)	80,63 (7,87%)	21,82 (2,13%)
	1024,14			
2021 год	506,46 (44,92%)	446,94 (39,64%)	103,20 (9,15%)	70,83 (6,28%)
	1127,43			
2020 год	577,83 (40,61%)	540,14 (37,96%)	147,21 (10,35%)	157,61
	(11,08%) 1422,79			
2019 год	663,33 (39,80%)	697,02 (41,82%)	143,57 (8,61%)	162,94
	(9,78%) 1666,86			

(Средние значения за четвертый квартал с начала года, цифры в миллионах)

Ниже приведен график, показывающий аудиторию журналов в США по форматам:

Самые тиражные журналы США

По состоянию на 2022 год журнал AARP The Magazine (1-е место) имел самый высокий средний тираж - 22,68 миллиона экземпляров.

За этот период его тираж снизился на 6,36%.

Средний тираж AARP Bulletin (2-й) составил 22,56 миллиона экземпляров.

За этот период его тираж снизился на 3,55%.

Costco Connection (3-е место) имел средний тираж 15,68 миллиона экземпляров.

#	Публикация	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
	Изменять					
1	Журнал ААРП – 6,36%	24.22	23.71	23.30	22.89	22.68
2	Бюллетень ААП – 3,55%	23.39	23.12	22.54	22.57	22.56
3	Соединение Костко 15,68 + 19,97%	13.07	14.12	14.90	15.89	
4	Американская главная улица + 7,55%	9.40	9.33	10.03	10.11	10.11
5	Лучшие дома и сады	7,63	7,65	7,62	7,61	4.21 – 44,82%

(средний шестимесячный тираж, цифры в миллионах)

Ниже приведен график, показывающий журналы в США с наибольшим тиражом:

Подписка на 50 лучших журналов США

По состоянию на 2021 год на 50 крупнейших журналов США было подписано 123,67 миллиона человек.

Из этой цифры подписка на печатные издания составила 94,08%.

За этот период подписка на печатные издания снизилась на 6,99%.

Цифровые подписки составили 5,92%.

За этот период количество цифровых подписок увеличилось на 69,84%.

Год	Распечатать подписки	Изменять	Цифровые подписки	Изменять
2021 год	116,35 миллиона	– 3,42%	7,32 миллиона	+ 30,25%
2020 год	120,47 миллиона	– 3,70%	5,62 миллиона	+ 30,39%
2019 год	125,10 миллиона		4,31 миллиона	

(данные за первое полугодие 2021 г.)

Продажи журналов в Европе

В Западной Европе доходы от тиража потребительских журналов снизились с 17,4 млрд долларов США (2011 г.) до 14 млрд долларов США (2016 г.).

По состоянию на 2017 год в Великобритании почти треть взрослых читают печатные журналы хотя бы раз в неделю.

Однако только 19% читают цифровые журналы хотя бы раз в неделю.

С точки зрения доходов печатных журналов в Великобритании наибольшую долю - 26,9% - составили еженедельные тележурналы.

В Испании уровень чтения журналов упал до 22% по состоянию на 2021 год с более чем 50% в 2013 году.

Во Франции среднесуточное время, затрачиваемое на чтение журналов на душу населения, снизилось с 25 минут (2010 г.) до 23,8 минут (2016 г.).

В Германии в период с 2013 по 2016 год число людей, заявивших, что читают журналы несколько раз в неделю, сократилось более чем на 4 миллиона.

Статистика продаж журналов FAQ

Как журнальные компании стремятся увеличить продажи?

Хотя существует множество факторов, которые могут повлиять на показатели продаж, существует несколько распространенных методов, которые журнальные компании используют для увеличения продаж:

Улучшение дизайна обложек, чтобы побудить больше потребителей покупать готовые журналы.

Расширение журналов в различные географические регионы для охвата более широкой целевой аудитории.

Разработка цифровых, включая социальные сети, видео, мобильных и веб-адаптаций.

Стимулы, такие как купоны, подарки и сниженные цены на подписку .

Magazine Publishing Statistics

April 4, 2023 by Dean Talbot

Even though the number of magazine companies is decreasing, the industry has had to significantly modify its business model to embrace the digital age. The rise of modern technology has put more pressure on traditional magazine publishers to attract and retain readers.

Independent social media users that focus on a niche are now able to attract a wide target audience and following through the strategic use of tech platforms. As a result, consumers have begun to look elsewhere for information about their topics of interest, rather than solely reading magazines. Through this report, we take a closer look at the current trends within the magazine publishing industry.

Magazine revenue statistics

Instead of relying solely on print sales to generate income, magazine publishers have had to diversify their revenue streams. The growth of magazine websites has allowed publishers to create revenue through advertising and paid online subscriptions, recouping revenue lost due to the decline in physical magazine sales.

For US magazine companies, total estimated revenue was \$26.01 billion as of 2021, increasing 8.24% over the previous year (\$24.03 billion).

Of this figure, subscriptions and sales made up 37.41% (\$9.73 billion) of revenue.

Advertising space made up 33.06% (\$8.60 billion) of revenue.

Printing services made up 6.54% (\$1.70 billion) of revenue.

Licensing of content rights made up 1.50% (\$0.39 billion) of revenue.

Other sources of revenue made up 21.49% (\$5.59 billion) of revenue.

A graph is given below to show the estimated revenue for US magazine companies:

Magazine sales statistics

As future consumers become more computer literate, sales of printed magazines are expected to decline. Although the rise of apps, social media, and online news websites has started to displace print, many magazines continue to provide consumers the option of both physical and digital formats.

Global print magazine and newspaper revenues are expected to drop 13.05% from 2023's \$127.20 billion to \$110.60 billion by 2027.

However, global digital magazine and newspaper revenues are expected to grow 11.37% from 2023's \$38.60 billion to \$42.99 billion by 2027.

Total audiences for magazine companies have decreased by 38.56% within three years, as of 2022.

222.2 million adults read magazines (print and digital) as of 2021.

There were 123.67 million subscriptions for the top 50 US magazines during the same year.

A graph is given below to show US magazine audiences by format:

Magazine price statistics

Accurate pricing models remain an important issue for magazine companies as the industry grapples with the impact of digitalization on consumer behavior. Many magazines now choose to offer online content in a broad range of formats whilst providing different subscriptions rates to customers.

The average price for US magazines and newspapers was 43.43% higher in 2022 than in 2013.

Compared to overall US prices, the price of the average magazine/newspaper in the US grew 69% more.

Compared to US recreational book prices, the price of the average magazine/newspaper grew 104% more.

A graph is given below to show the CPI of US magazines and newspapers against other items:

Magazine companies

As with the newspaper industry, many experts were not surprised by the continual fall in the number of magazine companies. Many magazine publishers have been forced to change their strategy and increasingly focus on producing viral online content, resulting in a highly competitive sector which has harmed many magazine companies.

As of 2022, AARP (American Association of Retired Persons) publications made up the two highest circulated magazines in North America.

AARP The Magazine had a circulation of 22.68 million and AARP The Bulletin had a circulation of 22.56 million.

The average audience reach for People magazine was 84.56 million for the year.

Print and digital edition users made up 83.93% (21.46 million) of National Geographic's average audience.

Mobile web users made up 64.89% (19.13 million) of US Weekly's average audience.

A graph is given below to show top magazines by their audience type during 2022:

Number of US magazine companies

As of 2020, the total number of US magazine companies was 4,519.

This was a decrease of 5.16% from 2019's 4,765.

Over the given period, the number of magazine companies has declined year-on-year.

Since 2012, the number of US magazine companies has declined by 30.33%.

This was a decline of 3.79% per year on average.

Year	Number of companies	Change
2020	4,519	– 5.16%
2019	4,765	– 4.24%
2018	4,976	– 5.74%
2017	5,279	– 5.46%
2016	5,584	– 4.38%

2015 5,840 – 3.76%
2014 6,068 – 1.49%
2013 6,160 – 5.03%
2012 6,486

A graph is given below to show the number of US magazine companies:

Number of US magazine companies by size

As of 2020, 58.31% of magazine companies had between 1 – 4 employees.

16.66% of magazine companies had between 5 – 9 employees.

11.62% of magazine companies had between 10 – 19 employees.

7.63% of magazine companies had between 20 – 49 employees

5.78% of magazine companies had 50+ employees.

Employees	2012	2020	Change
1 – 4	3,506	2,635	– 24.84%
5 – 9	1,153	753	– 34.69%
10 – 19	860	525	– 38.95%
20 – 49	560	345	– 38.39%
50 – 99	209	134	– 35.89%
100 – 249	149	94	– 36.91%
250 – 499	34	17	– 50.00%
500 – 999	10	9	– 10.00%
1,000 +	5	7	+ 40.00%

A graph is given below to show the number of US magazine companies by size:

Magazine employee statistics

The number of magazine employees has decreased significantly, likely due to a reduction in the demand for physical magazines. Despite this, salaries for employees have increased on average each year, indicating that professionals within the magazine industry can be well compensated for their efforts.

In the US, the total number of magazine employees was 73,781 as of 2020.

The total annual payroll of magazine employees was \$6.47 billion.

The average salary of a magazine company employee was \$87,692.

In the US, 55.80% of employees in magazine companies were female as of 2022.

The median age of a magazine company employee was 48.0 years old.

A graph is given below to show the number of US magazine employees:

Magazine publishing FAQ

What magazines have stopped publishing?

In terms of print, the following well-known magazines have ceased print publication since 2010, amongst others:

American Heritage (History)

Autoweek (Automotive)

Consumers Digest (Product reviews)

ESPN The Magazine (Sports)

Money (Finance)

Playboy (Lifestyle/Entertainment)

Playgirl (Lifestyle/Entertainment)

Sporting News (Sports)

When did magazines become popular?

Within the United States, mass circulation of magazines started during the 1830s.

The new technological development allowed publishers to offer cheaper magazines to a much larger target audience.

Due to this, greater consumption of printed magazines started to occur, boosting the popularity of magazines overall.

When do magazine issues come out?

Magazines are frequently published on a weekly or monthly basis.

However, some magazines are instead published fortnightly, quarterly or according to a different time-frame altogether.

This is in contrast to newspapers, which are generally published daily.

Статистика публикаций журналов

4 апреля 2023 г. Дин Тэлбот

Несмотря на то, что число журнальных компаний сокращается, отрасли пришлось существенно изменить свою бизнес-модель, чтобы принять эпоху цифровых технологий. Развитие современных технологий оказало большее давление на традиционных издателей журналов, заставляя их привлекать и удерживать читателей.

Независимые пользователи социальных сетей, ориентированные на определенную нишу, теперь могут привлекать широкую целевую аудиторию и следить за ней посредством стратегического использования технологических платформ. В результате потребители начали искать информацию по интересующим их темам в других местах, а не просто читать журналы. В этом отчете мы более подробно рассмотрим текущие тенденции в журнальной издательской индустрии.

Статистика доходов журнала

Вместо того чтобы полагаться исключительно на продажи печатных изданий для получения дохода, издателям журналов пришлось диверсифицировать свои потоки доходов. Рост веб-сайтов журналов позволил издателям получать доход за счет рекламы и платной онлайн-подписки, компенсируя доходы, потерянные из-за снижения физических продаж журналов.

Общий предполагаемый доход журнальных компаний США по состоянию на 2021 год составил 26,01 миллиарда долларов, увеличившись на 8,24% по сравнению с предыдущим годом (24,03 миллиарда долларов).

Из этой цифры подписки и продажи составили 37,41% (9,73 миллиарда долларов) выручки.

Рекламные площади принесли 33,06% (8,60 млрд долларов) выручки.

Полиграфические услуги составили 6,54% (\$1,70 млрд) выручки.

Лицензирование прав на контент составило 1,50% (0,39 млрд долларов США) выручки.

Прочие источники доходов составили 21,49% (\$5,59 млрд) выручки.

Ниже приведен график, показывающий предполагаемый доход журнальных компаний США:

Статистика продаж журналов

Поскольку будущие потребители станут более компьютерно грамотными, ожидается, что продажи печатных журналов снизятся. Хотя появление приложений, социальных сетей и новостных онлайн-сайтов начало вытеснять печатные издания, многие журналы продолжают предоставлять потребителям возможность использовать как физические, так и цифровые форматы.

Ожидается, что глобальные доходы от печатных журналов и газет снизятся на 13,05% с \$127,20 млрд в 2023 году до \$110,60 млрд к 2027 году.

Однако ожидается, что глобальные доходы от цифровых журналов и газет вырастут на 11,37% с \$38,60 млрд в 2023 году до \$42,99 млрд к 2027 году.

Общая аудитория журнальных компаний сократилась на 38,56% за три года, по состоянию на 2022 год.

По состоянию на 2021 год 222,2 миллиона взрослых читают журналы (печатные и цифровые).

В том же году на 50 лучших журналов США было подписано 123,67 миллиона человек.

Ниже приведен график, показывающий аудиторию журналов в США по форматам:

Статистика цен на журналы

Точные модели ценообразования остаются важной проблемой для журнальных компаний, поскольку отрасль борется с влиянием цифровизации на поведение потребителей. Многие журналы теперь предпочитают предлагать онлайн-контент в широком диапазоне форматов, одновременно предлагая клиентам разные тарифы на подписку.

Средняя цена на журналы и газеты в США в 2022 году была на 43,43% выше, чем в 2013 году.

По сравнению с общими ценами в США, средняя цена журнала/газеты в США выросла на 69% больше.

По сравнению с ценами на развлекательные книги в США, цена среднего журнала/газеты выросла на 104% больше.

Ниже приведен график, показывающий ИПЦ журналов и газет США по сравнению с другими статьями:

Журнальные компании

Как и в случае с газетной индустрией, многие эксперты не были удивлены постоянным сокращением числа журнальных компаний. Многие издатели журналов были вынуждены изменить свою стратегию и все больше сосредоточиться на производстве вирусного онлайн-контента, что привело к возникновению высококонкурентного сектора, который нанес ущерб многим журнальным компаниям.

По состоянию на 2022 год публикации AARP (Американской ассоциации пенсионеров) составляли два самых тиражируемых журнала в Северной Америке.

Тираж журнала AARP The Magazine составил 22,68 миллиона экземпляров, а тираж AARP The Bulletin - 22,56 миллиона экземпляров.

Средний охват аудитории журнала People за год составил 84,56 миллиона человек.

Пользователи печатных и цифровых изданий составляют 83,93% (21,46 миллиона) средней аудитории National Geographic.

Пользователи мобильного Интернета составили 64,89% (19,13 миллиона) средней аудитории US Weekly.

Ниже приведен график, показывающий лучшие журналы по типу аудитории в 2022 году:

Количество журнальных компаний в США

По состоянию на 2020 год общее количество журнальных компаний в США составило 4519.

Это на 5,16% меньше по сравнению с 4765 в 2019 году.

За указанный период количество журнальных компаний сократилось по сравнению с прошлым годом.

С 2012 года количество журнальных компаний в США сократилось на 30,33%.

В среднем это снижение составило 3,79% в год.

Год	Количество компаний	Изменять
2020 год	4519	– 5,16%
2019 год	4765	– 4,24%
2018 год	4976	– 5,74%
2017 год	5,279	– 5,46%
2016 год	5,584	– 4,38%
2015 год	5840	– 3,76%
2014 год	6068	– 1,49%
2013	6,160	– 5,03%
2012 год	6,486	

Ниже приведен график, показывающий количество журнальных компаний в США:

Количество журнальных компаний в США по размеру

По состоянию на 2020 год в 58,31% журнальных компаний работало от 1 до 4 сотрудников.

В 16,66% журнальных компаний работало от 5 до 9 сотрудников.

В 11,62% журнальных компаний работало от 10 до 19 сотрудников.

В 7,63% журнальных компаний работало от 20 до 49 сотрудников.

В 5,78% журнальных компаний работало более 50 человек.

Сотрудники	2012 год	2020 год	Изменять
1 – 4	3506	2635	– 24,84%
5 – 9	1153	753	– 34,69%
10 – 19	860	525	– 38,95%
20 – 49	560	345	– 38,39%
50 – 99	209	134	– 35,89%
100 – 249	149	94	– 36,91%
250 – 499	34	17	– 50,00%
500 – 999	10	9	– 10,00%
1000 +	5	7	+ 40,00%

Ниже приведен график, показывающий количество журнальных компаний в США по размеру:

Статистика сотрудников журнала

Число сотрудников журнала значительно сократилось, вероятно, из-за снижения спроса на физические журналы. Несмотря на это, зарплаты сотрудников в среднем увеличиваются каждый год, что указывает на то, что профессионалы журнальной индустрии могут получать хорошую компенсацию за свои усилия.

В США общее количество сотрудников журнала по состоянию на 2020 год составило 73 781 человек.

Общий годовой фонд заработной платы сотрудников журнала составил 6,47 миллиарда долларов.

Средняя зарплата сотрудника журнальной компании составила 87 692 доллара.

В США по состоянию на 2022 год 55,80% сотрудников журнальных компаний составляли женщины.

Средний возраст сотрудника журнальной компании составил 48,0 лет.

Ниже приведен график, показывающий количество сотрудников журнала в США:

Издание журнала: часто задаваемые вопросы

Какие журналы прекратили выходить?

Что касается печати, то с 2010 года прекратили печатное издание следующие известные журналы, в том числе:

Американское наследие (история)

Автонеделя (Автомобилестроение)

Потребительский дайджест (обзоры продуктов)

Журнал ESPN (спорт)

Деньги (Финансы)

Playboy (Образ жизни/развлечения)

Прожигательница жизни (Образ жизни/Развлечения)

Спортивные новости (Спорт)

Когда журналы стали популярными?

В Соединенных Штатах массовое распространение журналов началось в 1830-х годах.

Новое технологическое развитие позволило издателям предлагать более дешевые журналы гораздо более широкой целевой аудитории.

В связи с этим стало расти потребление печатных журналов, что привело к повышению популярности журналов в целом.

Когда выходят номера журнала?

Журналы часто издаются еженедельно или ежемесячно.

Однако некоторые журналы вместо этого издаются раз в две недели, ежеквартально или вообще в другие сроки.

В этом отличие от газет, которые обычно издаются ежедневно.